

Strategi Pengembangan Usaha Dan Perubahan D'sruput Dalam Ketertarikan Minuman Kekinian Terhadap Minatbeli Konsumen Kalangan Muda

D'sruput's Business Development Strategy and Changes in Interest in Contemporary Drinks on Young Consumers' Buying Interests

Fary Pratama Putra¹, Rafli Alfaredo², Sandya Paramunitia³, Vallery Rahmi Vilyan⁴,
Ramdani Bayu Putra⁵

^{1,2,3,4,5} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Korespondensi penulis : ValleryVilyan@gmail.com

Article History:

Received: 30 September 2023

Revised: 20 Oktober 2023

Accepted: 13 November 2023

Keywords: *interest factor, purchase intention, young people*

Abstract: *Contemporary drinks are rife among young people. The competition between the beverage outlets can be seen from the emergence of various unique beverage outlets. For this reason, the authors are interested in examining the factors of modern drinking interest in buying interest among young consumers. This research uses a qualitative descriptive method, and the respondents are taken from young people in Padang who like modern drinks. Based on the results of interviews and observations obtained in the field, it was found that there were several factors of interest so that there was an interest in buying among young people, namely factors of a comfortable place, friendly service, factors of good taste where there were many variants, factors of restaurant names and unique menu names that made people interested in buying. Besides that, the price factor is quite affordable, packaging with a creative and attractive design. In addition, it was also found that personal, social and psychological factors were one of the factors in the interest in buying contemporary drinks among young people. It is hoped that this research will be useful for business people in the culinary and beverage sector as well as further research in researching business in this field.*

Abstrak

Minuman kekinian marak di kalangan anak muda. Persaingan antar kedai usaha minuman tersebut terlihat dari munculnya berbagai kedai minuman unik. Untuk itu, penulis tertarik untuk meneliti faktor ketertarikan minum kekinian terhadap minat beli konsumen kalangan muda. Riset ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan responden yang diambil dari kalangan muda di padang yang suka minuman kekinian. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang di dapat di lapangan ditemukan terdapat beberapa faktor ketertarikan sehingga terdapat minat beli pada kalangan muda yakni faktor tempat yang nyaman, pelayanan yang ramah, faktor rasa yang enak dimana banyak varian, faktor nama resto dan nama menu yang unik menjadikan ada ketertarikan untuk berminat beli. Di samping itu faktor harga yang cukup terjangkau, kemasan dengan design kreatif sertamenarik. Selain itu ditemukan juga adanya faktor pribadi, sosial dan psikologi menjadi salah satu faktor ketertarikan minat membeli minuman kekinian di kalangan muda. Dengan demikian diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pembisnis di bidang kuliner minuman serta penelitian selanjutnya dalam meneliti bisnis di bidang ini.

Kata kunci : faktor ketertarikan, minat beli, kalangan muda

PENDAHULUAN

UMKM D'sruput adalah suatu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman. Meskipun memiliki potensi yang cukup baik, UMKM D'sruput menghadapi beberapa tantangan dan masalah yang dapat mempengaruhi keberlangsungan dan pertumbuhan usahanya. Selain makanan sebagai menu kuliner, minuman tidak kalah terkenalnya sebagai sajian kuliner yang saat ini digemari oleh masyarakat. Berbagai minuman banyak divariasikan termasuk minuman teh ataupun D'Sruput. Bagi pecinta teh, dengan munculnya nama-nama teh kekinian menambah rasa dari sajian minuman teh lainnya. Begitu pula pada minuman D'Sruput kekinian semakin banyak berjamur kuliner minuman tersebut

Maraknya minuman kekinian dengan bermacam-macam nama. Green tea, lemon tea, millo, caramel coffe. Oleh karena itu terjadi persaingan antar usaha minuman ini. Para kedai minuman pun menawarkan rasa yang beda kepada konsumennya. Namun, minuman kekinian tidak sedikit diminati oleh kalangan muda. Di Amerika Serikat, generasi milenial disebutkan lebih banyak mengonsumsi minuman dengan rentang usia 15 – 30 tahun. Itupun didukung oleh pernyataan Chung Yang, seorang profesor terkemuka dan John L. Colaizzi selaku ahli farmasi dimana generasi milenial menikmati minuman coffe/tea di tengah kesibukan menjalani hidup (Mustinda, 2016). Hal ini pun dialami di Indonesia, kedai minuman lebih didominasi oleh kalangan anak muda (generasi Y dan Z) (Poerwanto, 2019). Minuman D'Sruput kekinian di kedai d'sruput dijual dengan harga kisaran Rp 8.000 – Rp18.000.

Pada saat ini banyak yang ingin membuat acara atau kegiatan secara simple dan efisien. Biasanya mereka lebih memilih untuk memesan makanan dari membuatnya sendiri dengan alasan pertimbangan waktu dan tenaga walaupun memang sedikit mahal. Oleh sebab itulah café D'sruput hadir menjadi tempat untuk anak muda maupun orang tua untuk berkumpul dan bersantai menikmati makanan maupun minumannya dengan variasi makanan maupun minuman yang lezat dan menarik sangat cocok untuk lidah orang Indonesia dan yang pastinya kekinian.

Melihat fenomena di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang faktor ketertarikan minat beli minum D'Sruput kekinian di kalangan anak muda Padang. Penulisan ini bertujuan agar dapat mengetahui faktor yang berkaitan pada ketertarikan minat beli minum D'Sruput kekinian di kalangan anak muda Jakarta. Disamping itu, riset ini bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para mahasiswa maupun peneliti selanjutnya yang konsentrasi pada manajemen pemasaran khususnya dalam hal minat beli produk minuman D'Sruput kekinian.

2. Secara praktis, hasil dari riset ini dapat dipergunakan untuk para pembisnis kuliner di bidang minuman d'sruput kekinian

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini diawali penelitian yang dapat digunakan untuk mempelajari UMKM D'sruput dapat melibatkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Berikut adalah beberapa metode penelitian yang mungkin relevan untuk mengkaji UMKM D'sruput:

A. Wawancara:

Wawancara dengan pemilik UMKM D'sruput dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bisnis mereka, tantangan yang mereka hadapi, strategi yang mereka gunakan, dan dampak D'sruput pada bisnis mereka. Wawancara ini dapat dilakukan dengan metode wawancara terstruktur atau wawancara semi-terstruktur, di mana pertanyaan-pertanyaan yang relevan disusun sebelumnya namun juga memberikan ruang bagi responden untuk memberikan informasi tambahan.

B. Observasi

Melakukan observasi langsung terhadap operasional UMKM D'sruput dapat memberikan pemahaman tentang proses produksi, manajemen stok, strategi pemasaran, dan interaksi dengan pelanggan. Observasi dapat dilakukan dengan mengunjungi tempat produksi atau outlet UMKM D'sruput secara langsung.

- **Survei**

Survei dapat digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari pemilik UMKM D'sruput, pelanggan, atau masyarakat umum. Survei ini dapat berupa kuesioner yang mencakup pertanyaan terkait profil bisnis, kinerja keuangan, persepsi pelanggan, preferensi produk, atau tanggapan terhadap D'sruput.

- **Studi kasus**

Metode studi kasus dapat digunakan untuk mempelajari satu atau beberapa UMKM D'sruput secara mendalam. Studi kasus ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen terkait bisnis UMKM D'sruput. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang kaya tentang strategi bisnis, inovasi, dan respons terhadap D'sruput.

- **Perubahan Usaha**

Perubahan yang dilakukan d'sruput untuk mengembangkan usahanya untuk ketertarikan pelanggan, ketertarik yang dilakukan terutama pelayanan jika pelayanan bagus, ramah otomatis semua orang akan nyaman belanja di sruput ini dan menerapkan pelayanan yang bagus untuk sebuah kepuasan pelanggan, kenyamanan yang slalu di sediakan oleh d'sruput untuk tidak membuat pelanggan merasa bosan dan slalu ingin membeli berbagai minuman dengan varian rasa yang berbeda.

- **Tempat Cabang**

Selain di kecamatan alahan lubuk begalung apakah sruput membuka cabang lain, ada, tapi d'sruput harus menyediakan modal untuk kembali membuka di berbagai tempat, atau berkeinginan untuk membuka diberbagai tempat, tetapi d'sruput sudah membuka berbagai cabang di kota padang, seperti simpang haru, steba, semen padang, mata air dan ada juga yang berada di luar sumatera, itu pun dari cabang sruput sendiri.

- **Tantangan d'sruput**

Apa yang terjadi tantangan besar dalam menjalankan usaha d'sruput ini yaitu dengan tidak adanya perubaghan rasa dengan menggunakan rasa yang tetap aman dan pelayanan yang juga aman mungkin pelanggan akan tetap nyaman, misalnya dengan adanya perubahan rasa yang terjadi dalam pembelian pelanggan maka kami sebagai karyawan akan mengganti dengan varina rasa yang baru agar pelanggan tidak merasa dirugikan dan kami tidak merasa merugi.

- **Rasa**

Dari banyaknya keaneka ragaman rasa yang ada d'sruput ini, apakah sruput pernah melakukan perubahan rasa, tidak karena sruput sangat banyak menyediakan aneka rasa untuk pelanggan, seperti coklat varian, original varian, varian scuter.

- **Perubahan Beradaptasi**

Untuk beradaptasi dengan teman-teman lainnya, untuk persaingan pasti ada, kami hanya melakukan secara profesional saja dan tidak saling menjatuhkan atau memburukan nama usaha lainya dan saling memberikan yang terbaik buat pelanggan, karena kami sebagai karyawan hannya memberikan yang terbaik saja buat usaha d'sruput ini.

- **Analisis data sekunder**

Data sekunder seperti laporan keuangan, data pemerintah, atau publikasi terkait dapat dianalisis untuk memahami tren dan karakteristik UMKM D'sruput secara lebih luas. Analisis ini dapat melibatkan statistik deskriptif, analisis regresi, atau analisis tren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor yang menjadi tertarik untuk minum kekinian disebutkan karena faktor tempat atau kedai) yang nyaman (cozy) untuk berkumpul bersama teman-teman. Dengan adanya berbagai macam rasa yang dijual, responden tertarik minuman D'Sruput kekinian karena rasanya enak, topping pada minumannya pun banyak yang suka. Minuman D'Sruput yang bermacam-macam rasa menjadikan penasaran untuk berminat beli minuman D'Sruput kekinian yang sedang hits. Dan terdapat faktor pelayanan, khususnya barista yang ramah. Sehingga dengan adanya keramahan dalam melayani langsung ke konsumen menjadikan betah atau mau datang kembali ke kedai D'Sruput tersebut. Di samping itu pelayanan pengantaran menggunakan jasa aplikasi online sehingga konsumen tidak perlu kekedai hanya untuk menikmati minum d'sruput sehingga konsumen dapat menikmati dimanapun berada. Faktor nama merek d'sruput yang unik dan kreatif. Rasa minumannya pun sesuai selera anak muda sehingga tertarik untuk mencobanya. Faktor harga yang diujakan pada kuliner minuman d'sruput kekinian dianggap cukup terjangkau dimana sesuai dengan kualitas produknya.

Kalangan anak muda khususnya yang sudah kerja mampu membeli minuman D'Sruput kekinian sehingga terdapat minat beli minuman D'Sruput kekinian. Faktor kemasan yang disajikan pada minuman D'Sruput kekinian dinilai design kemasannya sederhana, unik, praktis, tertutup rapat dimana tidak mudah tumpah dan menarik. Sedangkan ukuran kemasan yang ditawarkan adalah medium. Hanya satu ukuran. Dorongan suka minuman d'sruput kekinian juga adanya faktor psikologi dimana setelah minum D'Sruput tersebut dapat memberikan semangat, penghilang kantuk, adapun yang menganggap sebagai teman pada saat mengalami masalah. Dapat meningkatkan stamina. Di samping itu, terdapat faktor pribadi dimana konsumen berpandangan berminat beli minuman d'sruput kekinian agar dianggap mengikuti trend dengan mengunjungi tempat-tempat kuliner minuman d'sruput kekinian yang marak di mediasosial, khususnya instagram

a. Kunjungan Pertama/ Dokumentasi



b. Kunjungan Kedua/ Dokumentasi



Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil adalah UMKM D'sruput adalah sebuah bisnis minuman yang menawarkan variasi minuman inovatif dengan pengalaman unik untuk pelanggan. Namun informasi yang lebih detail dan lengkap diperlukan untuk mengevaluasi sepenuhnya potensi dan keberhasilan usaha ini. D'sruput merupakan salah satu minuman yang kekinian di kota padang tidak hanya menyajikan satu menu saja tetapi d'sruput juga menyajikan minuman lain yang tak kalah enak nya, d'sruput memiliki banyak cabang di kota padang dan di luar kota padang.

Dalam melakukan perubahan yang dijalankan d'sruput cara yang digunakan untuk mengembangkan usahanya dalam ketertarikan pelanggan, ketertarik yang dilakukan terutama pelayanan, jika pelayanan bagus, ramah, otomatis semua orang akan nyaman belanja di D'sruput ini. Dan menerapkan pelayanan yang bagus untuk sebuah kepuasan pelanggan, kenyamanan yang slalu di sediakan oleh d'sruput untuk tidak membuat pelanggan merasa bosan dan slalu ingin membeli berbagai minuman dengan varian rasa yang berbeda.

Minuman kekinian marak di kalangan anak muda. Persaingan antar para kedai usaha kuliner minuman tersebut dengan melihat munculnya kedai-kedai D'Sruput yang namanya unik. Minuman kekinian tidak sedikit diminati kalangan muda di padang. Berikut faktor ketertarikan minuman D'Sruput kekinian yang menjadikan minat beli konsumen adalah disebutkan oleh responden ada beberapa macam faktor yaitu faktor tempat yang menyebutkan nyaman untuk berkumpul bersama teman-teman, faktor pelayanan yang ramah, khususnya yang bertugas sebagai barista, faktor rasa yang enak varian menu minuman D'Sruput kekinian, faktor nama resto D'Sruput dan nama menu yang disajikan unik dan kreatif sehingga terdapat minat beli konsumen, faktor harga juga disebutkan cukup terjangkau oleh kalangan anak muda yang berminat beli, faktor kemasan dikatakan bahwa desainnya sederhana, unik, praktis dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Permana, Sony Hendra. "Strategi peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia." *Aspirasi* 8.1 (2017): 93-103.
- Suci, Y. R. (2017).Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.
- HAMZA, Lies Maria; AGUSTIEN, Devi; Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2019, 8.2: 127-135.
- Muheramtohad, Singgih. "peran lembaga keuangan syariah dalam pemberdayaan UMKM di Indonesia." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8.1 (2017): 65-77.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020, June). Strategi pengembangan digitalisasi UMKM. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed* (Vol. 9, No. 1).